



PERANCANGAN *FEED* INSTAGRAM PT. KEDAI LIMA WAKTU

LAPORAN KERJA PRAKTIK



Oleh:

Dicky Fernanda

19420100027

FAKULTAS DESAIN DAN INDUSTRI KREATIF

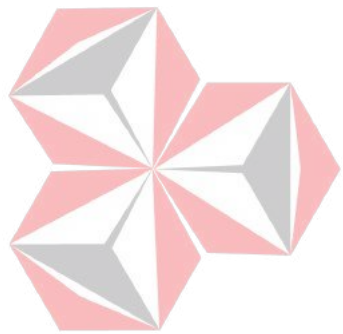
UNIVERSITAS DINAMIKA

2023

PERANCANGAN *FEED* INSTAGRAM PT. KEDAI LIMA WAKTU

LAPORAN KERJA PRAKTIK

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan
Mata Kuliah Kerja Praktik



UNIVERSITAS
Dinamika

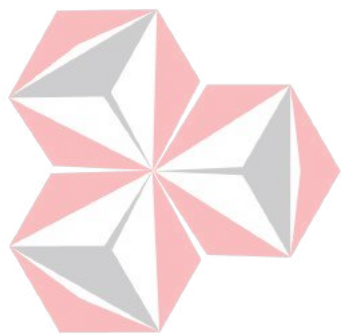
Oleh:

Nama : DICKY FERNANDA
NIM : 19420100027
Program : S1 (Strata Satu)
Jurusan : Desain Komunikasi Visual

FAKULTAS DESAIN DAN INDUSTRI KREATIF
UNIVERSITAS DINAMIKA

2023

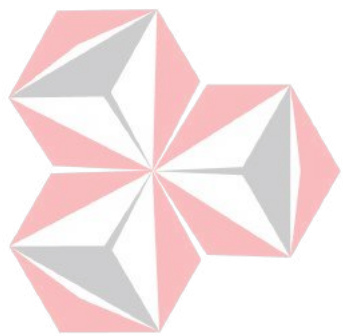
LEMBAR MOTTO



UNIVERSITAS
Dinamika

***“BAGAIKAN LAUTAN DENGAN SEGUDANG ILMU TERUS BERLAYAR
TANPA HENTI.”***

LEMBAR PERSEMBAHAN



UNIVERSITAS
Dinamika

Laporan kerja praktek ini saya persembahkan untuk Kedua Orang tua dan seluruh keluarga yang telah mengerti dan mendukung saya, dan seluruh orang-orang terdekat saya yang selalu memberikan dukungan

Terima Kasih

LEMBAR PENGESAHAN

LEMBAR PENGESAHAN

PERANCANGAN *FEED* INSTAGRAM PT. KEDAI LIMA WAKTU

Laporan Kerja Praktik oleh :

Dicky Fernanda

NIM : 19420100027

Telah diperiksa, diuji dan disetujui

Surabaya, 10 Maret 2023

Dosen Pembimbing

Penyelia


Digitally signed
by Dhika Yuan
Yurisma, M.Ds
Date: 2023.06.05
14:44:20 +07'00'


KEDAI LIMA WAKTU
SINCE 2018


Dhika Yuan Yurisma, M.Ds, ACA

Rachmad Ispandi

NIDN. 0720028701

Mengetahui,

Ketua Program Studi S1 Desain Komunikasi Visual


Digitally signed
by Dhika Yuan
Yurisma, M.Ds
Date:
2023.06.05
14:44:31 +07'00'

Dhika Yuan Yurisma, M.Ds, ACA

NIDN. 0720028701

PERNYATAAN

PERSETUJUAN PUBLIKASI DAN KEASLIAN KARYA ILMIAH

Sebagai mahasiswa Universitas Dinamika, Saya :

Nama : Dicky Fernanda

NIM : 19420100027

Program Studi : S1 Desain Komunikasi Visual

Fakultas : Fakultas Desain dan Industri Kreatif

Jenis Karya : Laporan Kerja Praktek

Judul Karya : Perancangan Feeds Instagram di PT. Kedai Lima Waktu

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa :

1. Demi pengembangan Ilmu Pengetahuan, Teknologi dan Seni, Saya menyetujui memberikan kepada Universitas Dinamika Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif (*Non-Exclusive Royalty Free Right*) atas seluruh isi/sebagian karya ilmiah Saya tersebut diatas untuk disimpan, dialihmediakan, dan dikelola dalam bentuk pangkalan data (*database*) untuk selanjutnya didistribusikan atau dipublikasikan demi kepentingan akademis dengan tetap mencantumkan nama Saya sebagai penulis atau pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.
2. Karya tersebut diatas adalah hasil karya asli Saya, bukan plagiat baik sebagian maupun keseluruhan. Kutipan, karya, atau pendapat orang lain yang ada dalam karya ilmiah ini semata-mata hanya sebagai rujukan yang dicantumkan dalam Daftar Pustaka Saya.
3. Apabila dikemudian hari ditemukan dan terbukti terdapat tindakan plagiasi pada karya ilmiah ini, maka Saya bersedia untuk menerima pencabutan terhadap gelar keserjanaan yang telah diberikan kepada Saya.

Surabaya, 16 Oktober 2022



Dicky Fernanda
NIM : 19420100027

ABSTRAK

Semakin pesat pengguna media sosial dan teknologi yang berkembang, banyak pelaku bisnis yang menggunakan media sosial serta marketplace berbagai macam yang membantu pelaku bisnis dari perusahaan kecil sampai besar. Berbagai macam usaha yang telah banyak dijalankan, salah satu potensi besar perusahaan yang berjalan pada bidang kuliner sebagai kebutuhan pokok di masyarakat luas. Perusahaan yang bergerak di bidang kuliner makanan dan minuman, maka kebutuhan tenaga kerja sangat diperlukan terutama dalam bagian desain karena diperlukannya visual menarik untuk mengundang minat masyarakat.

Desain sangat diperlukan oleh perusahaan karena pentingnya sebuah identitas *brand* yang terdiri dari logo, desain kemasan, desain media promosi, dan lain-lain. Topik dalam Kerja Praktik yang dilaksanakan oleh penulis dengan mengangkat "Perancangan *Feed* Instagram PT. Kedai Lima Waktu", penulis berharap dalam kerja praktik ini dapat membantu perusahaan dalam menggunakan media sosial sebagai promosi agar dapat menarik masyarakat melalui konten dan desain *feed* yang dibuat dan diunggah di media sosial Instagram PT. Kedai Lima Waktu.

Mengembangkan konten kreatif dan dapat menyaingi perusahaan serupa dalam media sosial. Perancangan Instagram *feed* ini akan memberikan hasil berupa desain untuk media promosi, desain *feed*, desain menu, dan konten video.

Kata Kunci: *Media Sosial, Promosi Digital, Desain Feed.*

KATA PENGANTAR

Puji syukur atas kehadiran Allah S.W.T. yang telah melimpahkan rahmat serta hidayah-Nya, sehingga Laporan Kerja Praktik yang berjudul “**Perancangan Feed Instagram PT. Kedai Lima Waktu**” dapat terselesaikan dengan lancar tanpa suatu halangan apapun.

Laporan Kerja Praktik ini disusun dalam rangka untuk memenuhi persyaratan menyelesaikan mata kuliah Kerja Praktik Program Studi S1 Desain Komunikasi Visual di Universitas Dinamika.

Suksesnya penyusunan laporan ini berkat adanya bantuan serta dukungan dari beberapa pihak yang terlibat, baik secara langsung maupun tidak langsung. Oleh karena itu, disampaikan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. **Bapak Prof. Dr. Budi Jatmiko, M.Pd.** selaku Rektor Universitas Dinamika;
2. **Bapak Dhika Yuan Yurisma, M.Ds., ACA** selaku Ketua Program Studi S1 Desain Komunikasi Visual;
3. **Bapak Dhika Yuan Yurisma, M.Ds., ACA** selaku Dosen Pembimbing yang telah membimbing serta memberikan arahan dan dukungan dalam penyusunan Laporan Kerja Praktik dari awal hingga selesai;
4. **Bapak Rachmad Ispandi.** selaku Penyelia dan seluruh Kolega di Luvu Drink Indonesia di Surabaya yang juga memberikan izin untuk melakukan kerja praktik dan masukan terhadap implementasi kerja praktik, serta memberikan ilmu dan motivasi;
5. Dan untuk semua kolega kreatif, saudara serta keluarga yang turut membantu dan mendukung penyelesaian penyusunan Laporan Kerja Praktik ini.

Besar harapan penulis untuk Laporan Kerja Praktik ini dapat memberikan manfaat dan penulis mohon maaf apabila terdapat kesalahan penulisan ataupun kata-kata yang kurang berkenan.

Penulis



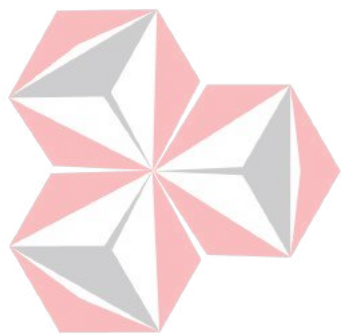
Dicky Fernanda

DAFTAR ISI

PERANCANGAN <i>FEED</i> INSTAGRAM PT. KEDAI LIMA WAKTU	ii
LEMBAR MOTTO	iii
LEMBAR PERSEMBAHAN	iv
LEMBAR PENGESAHAN	v
LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI DAN KEASLIAN KARYA ILMIAH	vi
ABSTRAK	vii
KATA PENGANTAR.....	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah	2
1.3 Batasan Masalah	2
1.4 Tujuan	2
1.5 Manfaat	2
1.4.1 Bagi Mahasiswa	2
1.4.2 Bagi Instansi/Perusahaan	3
1.4.3 Bagi Akademik	3
1.6 Pelaksanaan	3
1.7 Sistematika Penulisan	4
BAB II GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN	5
2.1 Profil Instansi	5
2.2 Visi dan Misi	6
2.3 Logo Perusahaan	6
2.4 Struktur Organisasi	7
2.5 Deskripsi Pekerjaan	7
2.6 Foto Tempat Perusahaan	8
BAB III LANDASAN TEORI.....	9
3.1 Kedai	9
3.2 Media Sosial	9

3.2.1	Instagram.....	10
3.3	<i>Food Photography</i>	10
3.4	Promosi.....	11
3.5	<i>Layout</i>	11
3.6	Elemen-Elemen Desain.....	11
3.6.1	Titik.....	12
3.6.2	Garis.....	12
3.6.3	Bidang.....	12
3.6.4	Tekstur.....	12
3.6.5	Bentuk.....	12
3.6.6	Ruang.....	12
3.6.7	Warna.....	12
3.7	Tipografi.....	13
BAB IV DESKRIPSI PEKERJAAN		14
4.1	Materi Kerja Praktek.....	14
4.2	Sistem Pelaksanaan.....	14
4.3	Proses Pembuatan Desain.....	16
4.3.1	Menggunakan Sofwere Adobe Ilustrator.....	16
4.3.2	Pembuatan Desain <i>Feed</i> di Adobe Ilustrator.....	17
4.3.3	Penyusunan Layout Desain <i>Feed</i> PT. Kedai Lima Waktu.....	17
4.3.4	Desain Final <i>Feed</i> Instagram.....	18
4.3.5	Hasil Karya.....	19
BAB V.....		21
PENUTUP.....		21
5.1	Kesimpulan.....	21
5.2	Saran.....	21
5.2.1	Bagi Perusahaan.....	21
5.2.2	Bagi Mahasiswa.....	21
DAFTAR PUSTAKA		22
LAMPIRAN 1.....		23
LAMPIRAN 2.....		24
LAMPIRAN 3.....		25
LAMPIRAN 4.....		26
LAMPIRAN 5.....		27
LAMPIRAN 6.....		28
LAMPIRAN 7.....		29

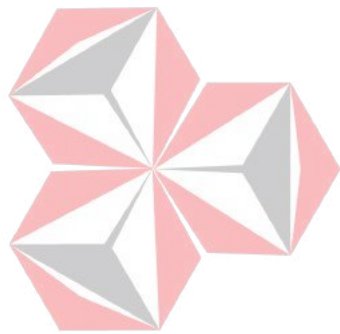
LAMPIRAN 8.....	30
BIODATA PENULIS.....	31



UNIVERSITAS
Dinamika

DAFTAR GAMBAR

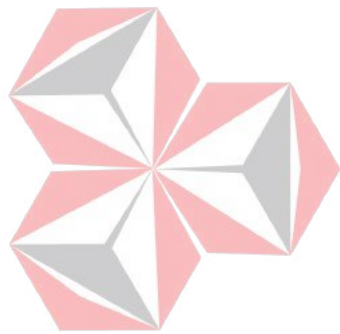
Gambar 2. 1 Perusahaan PT. Kedai Lima Waktu	5
Gambar 2. 2 Logo PT. Kedai Lima Waktu	6
Gambar 2. 3 Struktur Organisasi PT. Kedai Lima Waktu	7
Gambar 2. 4 Tempat Perusahaan PT. Kedai Lima Waktu	8
Gambar 3. 1 Logo Instagram	10
Gambar 4. 1 Rancangan Tamplate <i>Feed</i>	15
Gambar 4. 2 Elemen Pendukung.....	15
Gambar 4. 3 Foto Produk.....	16
Gambar 4. 4 Logo Adobe Illustrator 2020	16
Gambar 4. 5 Pembuatan Tamplate <i>Feed</i> di Adobe Illustrator.....	17
Gambar 4. 6 Pembuatan Desain <i>Feed</i> di Adobe Illustrator.....	17
Gambar 4. 7 Desain Final <i>Feed</i>	18
Gambar 4. 8 Hasil Karya Feed Menu Instagram PT. Kedai Lima Waktu	19
Gambar 4. 9 Hasil Karya Feed Menu Instagram PT. Kedai Lima Waktu	19



UNIVERSITAS
Dinamika

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Surat Balasan Kerja Praktik Perusahaan	23
Lampiran 2 Form Kerja Praktik 5 (Halaman 1)	24
Lampiran 3 Form Kerja Praktik 5 (Halaman 2)	25
Lampiran 4 Form Kerja Praktik 6 (Halaman 1)	26
Lampiran 5 Form Kerja Praktik 6 (Halaman 2)	27
Lampiran 6 Form Kerja Praktik 7 (Halaman 1)	28
Lampiran 7 Form Kerja Praktik 7 (Halaman 2)	29
Lampiran 8 Form Bimbingan Dosen	30



UNIVERSITAS
Dinamika

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Media sosial dimanfaatkan sebagai media promosi untuk peluang bisnis secara online, banyak media sosial bertujuan sebagai pengganti *marketplace*. Teknologi juga berkembang pesat pada zaman sekarang banyak pengguna dari seluruh dunia, maka pelaku bisnis memanfaatkan peluang ini, selain pelaku bisnis, sumber daya manusia juga menyediakan beberapa jasa untuk para pelaku bisnis yang berskala kecil hingga besar seperti marketing, desainer grafis, copywriter, dll.

Media sosial juga digunakan untuk menyebarkan informasi dengan efektif, pelaku bisnis menggunakannya sebagai ajang promosi terhadap produk atau jasa agar mudah mendapatkan target keuntungan dampak dari media sosial. Desain tidak terlepas dari brand bisnis di media sosial, seorang desain juga dapat membantu pelaku bisnis agar lebih menarik perhatian audiens.

Era digital berkembang dan branding sangat penting dan membutuhkan wadah digital seperti media sosial mendapatkan keuntungan sebuah produk yang telah dijual, maka dari itu peneliti membuat konten-konten feed di media sosial Instagram membuat konten seputar kuliner untuk memberi wawasan atau promosi pada penjualan *online*.

Marketplace saat ini banyak terdapat di aplikasi E-commerce yang memberikan kepercayaan dalam bentuk kepastian dan jaminan untuk pelaku usaha bisnis dan mempermudah pencarian produk yang dijual serta dukungan kemudahan sistem kirim barang melalui ekspedisi cepat. Semakin pesat perkembangan teknologi banyak pelaku usaha yang percaya pada pengguna

PT. Kedai Lima Waktu adalah salah satu perusahaan yang bergerak di bidang kuliner, yang mencari jasa desain untuk promosi dan membutuhkan tempat untuk meningkatkan konten di Instagram. Selain dibutuhkannya desain grafis pada pengambilan konten juga dibutuhkan fotografi untuk kebutuhan asset produk pada kerja praktek ini guna mengembangkan konten menarik.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan, maka rumusan masalah yang diangkat dalam laporan ini adalah bagaimana merancang sebuah konten *feeds* Instagram PT. Kedai Lima Waktu?

1.3 Batasan Masalah

Berdasarkan rumusan masalah, terdapat beberapa batasan masalah yang akan dirancang untuk jelas dan terarah dalam penjelasan Laporan Kerja Praktik ini, antara lain :

1. Perancangan *feeds* Instagram PT. Kedai Lima Waktu berisikan informasi mengenai menu dengan desain yang menarik.
2. Perancangan media promosi digital berbasis desain grafis menggunakan *software* Adobe Illustrator.
3. Konten yang menarik untuk berbagai kalangan usia.

1.4 Tujuan

Penulis dapat menyimpulkan tujuan dari laporan kerja praktik adalah untuk mempromosikan dan meninjau proses-proses perancangan konten feed Instagram untuk menginformasikan dalam bentuk desain grafis agar menarik perhatian konsumen.

1.5 Manfaat

Dalam melakukan kegiatan Kerja Praktik di PT. Kedai Lima Waktu ini, manfaat yang dapat diperoleh antara lain :

1.4.1 Bagi Mahasiswa

1. Menerapkan dan mengembangkan ilmu desain grafis yang telah diajarkan pada saat perkuliahan.
2. Menambah ilmu dan pengalaman dibidang *branding*, *digital marketing*, dan industri kreatif.
3. Menambah wawasan dan pengetahuan untuk mempersiapkan diri baik secara teoritis maupun secara praktis.

4. Dapat memahami setiap proses dalam pembuatan *feeds* Instagram PT. Kedai Lima Waktu

1.4.2 Bagi Instansi/Perusahaan

1. Membantu PT. Kedai Lima Waktu dalam pembuatan konten *feeds* Instagram.
2. Memudahkan perusahaan dalam mencari potensi di bidang desain grafis dan industri kreatif.

1.4.3 Bagi Akademik

1. Dapat mengaplikasikan ilmu desain grafis pada setiap proyek di PT. Kedai Lima Waktu
2. Perguruan tinggi akan dikenal dan memiliki citra baik di dunia kerja.
3. Kerja Praktik dapat dijadikan sebagai *portfolio* dan *asset* dalam dunia kerja nantinya.

1.6 Pelaksanaan.

a. Detail Perusahaan

Nama Perusahaan : PT. Kedai Lima Waktu
Alamat : Jl. Mulyorejo No. 156
Kota Surabaya,
Jawa Timur 60115
Telepon : (+62) 821-256-666-51
Instagram : @kedailimawaktu.id
E-mail : kedailimawaktu.id@gmail.com

b. Periode

Tanggal Pelaksanaan : 17 September 2022 s.d. 17 Oktober 2022
Waktu : 08.30 – 17.00 (Senin – Jumat)

1.7 Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan berikut bertujuan untuk memberikan kemudahan dalam memahami pembahasan pada Laporan Kerja Praktik ini, berikut sistematika penulisan antara lain :

BAB I PENDAHULUAN

Dalam bab ini membahas tentang latar belakang, perumusan masalah, batasan masalah, tujuan, manfaat, pelaksanaan (kerja praktik), dan sistematika penulisan Laporan Kerja Praktik.

BAB II GAMBARAN UMUM INSTANSI

Dalam bab ini membahas tentang profil instansi yang ditempati dalam pelaksanaan Kerja Praktik di PT. Kedai Lima Waktu, yang berisikan mengenai profil, logo, visi dan misi, tugas dan fungsi, dan deskripsi pekerjaan dari instansi tersebut.

BAB III LANDASAN TEORI

Dalam bab ini membahas tentang berbagai teori yang relevan dan cocok dengan judul Laporan Kerja Praktik ini guna menunjang penulisan Laporan Kerja Praktik.

BAB IV DESKRIPSI PEKERJAAN

Dalam bab ini membahas secara detail tentang pekerjaan yang telah dilaksanakan pada saat Kerja Praktik di PT. Kedai Lima Waktu, yang diangkat dalam Laporan Kerja Praktik ini.

BAB V PENUTUP

Bab ini berisikan tentang kesimpulan dan saran terkait pembahasan pada Laporan Kerja Praktik. Saran berisi beberapa masukan untuk permasalahan yang diangkat dalam Laporan Kerja Praktik ini

BAB II GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

2.1 Profil Instansi



Gambar 2. 1 Perusahaan PT. Kedai Lima Waktu
(Sumber : Dokumentasi Penulis, 2023)

PT. Kedai Lima Waktu adalah sebuah perusahaan yang bergerak dibidang Kuliner. PT. Kedai Lima Waktu menyediakan tempat untuk berkumpul bagi konsumen dan menyediakan produk-produk makanan dan minuman.

Berikut adalah beberapa informasi mengenai identitas dari PT. Kedai Lima Waktu:

Nama Perusahaan	:	PT. Kedai Lima Waktu
Alamat	:	Jl. Mulyorejo No. 156 Kota Surabaya, Jawa Timur 60115
Telepon	:	(+62) 821-256-666-51
Instagram	:	@ kedailimawaktu.id
E-mail	:	kedailimawaktu.id@gmail.com
Hari Kerja	:	Senin s/d Jum'at
Jam Kerja	:	08.30 – 17.30

2.2 Visi dan Misi

1. Visi

“Menjadikan Kedai Lima Waktu Tempat Tongkrongan yang asik dan kekinian dan lebih unggul di Surabaya”

2. Misi

1. Menyediakan produk makanan minuman yang segar dan kekinian.
2. Memberikan pelayanan yang ramah dan sopan terhadap pelanggan.
3. Menyediakan tempat berkumpul yang asik, nyaman, dan aman.



Gambar 2. 2 Logo PT. Kedai Lima Waktu
(Sumber: Instagram Kedai Lima Waktu, 2023)

Berikut adalah logo perusahaan PT. Kedai Lima Waktu. Logo PT. Kedai Lima Waktu menggunakan warna keemasan dan berdirinya di tahun 2019.

2.4 Struktur Organisasi

Berikut ini merupakan susunan Kedai Lima Waktu.



Gambar 2. 3 Struktur Organisasi PT. Kedai Lima Waktu
(Sumber : Olahan penulis, 2023)

2.5 Deskripsi Pekerjaan

1) *CEO / Chief Executive Officer*

CEO memiliki peran penting yaitu memimpin dan menentukan arah perusahaan dengan sebaik mungkin. CEO harus menjadi pimpinan dengan membuat kebijakan strategis, membangun budaya kerja yang kreatif dan positif.

2) *Manager*

Mengawasi seluruh kegiatan operasional berjalan dengan baik dan sesuai aturan perusahaan, melatih karyawan yang berhadapan langsung dengan pengunjung. Mengawasi perkembangan media sosial agar berjalan dengan baik.

3) *Accountant*

Mencatat dan melaporkan setiap transaksi yang diperoleh dan pengeluaran serta menyiapkan memeriksa faktur laporan keuangan harian, mingguan, dan bulanan.

4) *Stock & Production*

Mengatur dan mendata stok di Gudang untuk bahan baku pembuatan makanan dan minuman memastikan kualitas bagus dan terjaga, serta mengatur jumlah produksi sesuai evaluasi laporan harian agar meminimalisir kerugian dari bahan pokok.

5) *Waiter*

Melayani pengunjung yang datang, mengambil dan menyajikan pesanan pengunjung, melakukan table set up dan clear up.

6) *Content Creative*

Membuat konten yang menarik serta desain untuk dipromosikan pada media sosial, membantu merancang isi konten yang menarik.

2.6 Foto Tempat Perusahaan

Berikut ini merupakan suasana PT. Kedai Lima Waktu.



Gambar 2. 4 Tempat Perusahaan PT. Kedai Lima Waktu
(Sumber : Dokumentasi penulis, 2023)

BAB III

LANDASAN TEORI

3.1 Kedai

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), definisi kedai adalah bangunan tempat berjualan yang menyediakan makanan dan minuman.

Kedai sebagai ruang publik yang disediakan oleh sebuah perusahaan melayani pelanggan dengan semua kalangan dan usia, menjadikan tempat berkumpul yang lebih unggul dan nyaman.

Kedai menjadi suatu usaha yang dijalankan kelompok, lembaga, ataupun perorangan sehingga berpengaruh pada interaksi publik. Serta menjadikan sebuah ruang dan aktivitas yang dilakukan individu seperti berbisnis, berdiskusi, hingga sekedar melepas penat. Kegiatan cangkruk atau nongkrong di warung kopi sudah menjadi budaya tradisional dan kebiasaan lama bagi masyarakat Surabaya guna mempererat tali pertemanan sembari melepas penat. Masyarakat Surabaya juga memiliki stereotype yang terbilang cukup kuat bahwa masyarakatnya mudah bergaul, ramah, terbuka, memiliki toleransi tinggi, dan tidak resisten terhadap hal-hal yang baru (Pratiwi, 2022).

3.2 Media Sosial

Media sosial merupakan media yang populer yang digunakan di zaman sekarang, dari semua kalangan dan usia turut menggunakan media sosial. Sarana yang digunakan oleh penggunanya untuk melakukan hubungan sosial, setiap pengguna dapat menjalin pertemanan terhadap orang belum dikenal maupun orang sudah dikenal yang sudah bertemu di dunia nyata.

Media sosial sebagai efektifitas dalam komunikasi, dapat menyampaikan suatu informasi dalam bentuk foto dan video. Banyak pengguna media sosial memanfaatkannya sebagai peluang bisnis, banyak perusahaan menggunakan media sosial sebagai membangun citra brand agar banyak orang mengikuti dan mengetahui tentang profil perusahaan tersebut (Siregar, 2022).

3.2.1 Instagram

Instagram adalah aplikasi media sosial gratis yang menyediakan fitur unggahan foto dan video untuk penggunanya, lalu membagikannya pada pengikut. Salah satu manfaat media sosial bagi para pebisnis dapat menjual produk kepada target yang dituju. Instagram sebagai wadah peluang bisnis yang menjualkannya secara *online* dan terserbar luaskan dalam satu fitur yaitu *feed*. Instagram berguna untuk media promosi dengan memanfaatkan fitur *feed*, sebagai identitas brand atau sebagai citra brand dari satu akun bisnis yang dijalankan.



Gambar 3. 1 Logo Instagram
(Sumber : <https://www.dreamstime.com>, 2023)

Melalui media promosi Instagram, PT. Kedai Lima Waktu menampilkan serta membagikan foto-foto produk yang dimiliki, dengan harapan dapat menarik perhatian calon pembeli sehingga menimbulkan rasa penasaran pembeli untuk mencoba produk PT. Kedai Lima Waktu.

Pada perancangan *feed* Instagram menggunakan salah satu jenis layout Single Panel atau layout tunggal, karena jumlah halaman hanya terdiri dari satu panel. Dalam penerapan layout menggunakan elemen dan desain yang sederhana (Megadini and Anggapuspa, 2021).

3.3 Food Photography

Fotografi makanan adalah genre fotografi *still life* yang digunakan untuk membuat foto makanan still life yang menarik. Ini adalah spesialisasi fotografi komersial, produk yang digunakan dalam iklan, majalah, pengemasan, menu atau buku masak. *Food Photography* dalam pengertian sederhana merupakan fotografi still life yang digunakan untuk menciptakan foto makanan menjadi

lebih menggoda. Dalam industri kuliner, seperti produsen makanan, rumah produksi, periklanan, hotel, kafe, dan lainnya, fotografi makanan mutlak dibutuhkan (Erwin, Kamaluddin Tajibu and Andi Fauziah Astrid, 2020).

Food Photography salah satu cara promosi pada bisnis kuliner dengan menggunggah pada media sosial milik individu atau perusahaan yang telah sesuai di bidangnya, fotografer makanan bertugas mengambil gambar dari menu makanan semenarik mungkin agar pelanggan semakin terpikat. Menonjolkan sisi nikmatnya makanan tersebut melalui jepretan. Hal ini bermanfaat untuk pihak perusahaan sewaktu-waktu agar foto produk tersebut akan digunakan lagi dan di desain secara menarik.

3.4 Promosi

Promosi adalah salah satu kegiatan menyampaikan pesan tentang produk barang atau jasa perusahaan ke konsumen agar membantu meningkatkan pemasaran. Promosi bertujuan memberikan informasi tentang produk yang ditawarkan dan mempengaruhi konsumen mencoba produk yang dijual. dampak promosi sangat bagus untuk meningkatkan penjualan pada produk dan mendapatkan nilai dari konsumen. Promosi berfungsi membentuk evaluasi penjualan apakah menurun atau semakin meningkatkan keuntungan penjualan hasil dari promosi tersebut (Sugawara and Nikaido, 2014).

3.5 Layout

Layout adalah proses sketsa rancangan awal yang mengatur elemen visual dan memadukan unsur-unsur komunikasi grafis. *Layout* penting untuk proyek apapun untuk menyampaikan pesan melalui visual yang menarik, penataan unsur grafis dilakukan sesuai dengan kriteia bertujuan pesan tersampaikan dengan tepat.

3.6 Elemen-Elemen Desain

Elemen dalam desain grafis terdiri dari 7 elemen, elemen ini sangat penting dalam karya desain grafis.

3.6.1 Titik

Titik adalah unsur elemen utama atau dasar sebuah karya desain grafis, dalam pembentukan titik tidak bisa diartikan apabila memiliki bentuk yang telah berubah.

3.6.2 Garis

Garis merupakan unsur desain dari rangkaian elemen titik yang mempengaruhi bentuk objek.

3.6.3 Bidang

Bidang adalah rangkaian garis yang telah dibentuk, dan tidak mempunyai unsur tebal dapat dikatakan bidang hanya memiliki dimensi panjang dan lebar.

3.6.4 Tekstur

Tekstur permukaan suatu bidang yang dapat dilihat dan dirasakan, pembuatannya jauh lebih rumit daripada titik, garis, dan bidang.

3.6.5 Bentuk

Bentuk mempunyai dimensi diameter, tinggi, dan lebar. Bentuk dua dimensi dibuat dengan beberapa garis hanya memiliki satu arah pandang, sedangkan bentuk tiga dimensi dibuat dengan bidang yang memiliki ruang pandang menyeluruh.

3.6.6 Ruang

Ruang dalam karya desain grafis dapat bertambahnya bentuk wujud objek desain, aspek ruang berfungsi menjadi akses untuk menambahkan focus atau pandangan audiens.

3.6.7 Warna

Warna dapat dibedakan pada objek desain. Warna terbagi menjadi dua yaitu warna *additive* atau RGB adalah warna yang berasal dari cahaya yang disebut spektrum, sedangkan warna *subtractive* atau CMYK adalah warna yang berasal dari bahan disebut dengan pigmen.

3.7 Tipografi

Tipografi adalah ilmu mempelajari huruf, terdiri dari huruf, angka, dan tanda baca, dan sebagai simbol dari suara. Terutama sebagai suatu bentuk desain grafis. Berikut ini jenis-jenis huruf tipografi secara umum:

1. Roman (Serif)

Huruf Roman memiliki ketebalan dan ketipisan pada garis-garis hurufnya. Kesan yang ditimbulkan yaitu klasik, lemah gemulai, dan feminim.

2. Sans Serif

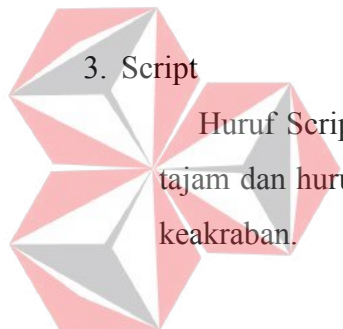
Huruf jenis ini tidak memiliki sirip di ujung hurufnya dan memiliki ketebalan yang sama. Kesan yang ditimbulkan yaitu modern, kontemporer, dan efisien.

3. Script

Huruf Script mempunyai goresan tangan seperti pena, kuas, atau pensil tajam dan huruf miring ke kanan. Kesan yang ditimbulkan sifat pribadi dan keakraban.

4. Miscellaneous (Dekoratif)

Huruf Dekoratif merupakan pengembangan dari bentuk huruf yang sudah ada dan ditambah memiliki hiasan atau ornamen. Kesan yaitu ornamental.



UNIVERSITAS
Dinamika

BAB IV

DESKRIPSI PEKERJAAN

4.1 Materi Kerja Praktek

Kerja Praktik dilaksanakan di PT. Kedai Lima Waktu di Surabaya. Kegiatan yang dilakukan adalah perancang *feed* Instagram PT. Kedai Lima Waktu dengan seputar informasi menu-menu yang disajikan dalam bentuk konten yang menarik untuk meningkatkan penjualan perusahaan menggunakan promosi.

4.2 Sistem Pelaksanaan

Setelah pengumpulan data Kerja Praktik, maka proses perancangan feed pada media kreatif untuk pembuatan *feed* menu-menu yang disajikan di PT. Kedai Lima, dan pembuatan proses konten promosi menarik dari awal hingga akhir sebagai berikut

a. Brief

Pada tahap ini, desainer PT. Kedai Lima merancang template untuk *feed* Instagram. Melalui hal-hal yang telah diatur:

1. Penggunaan warna yang telah ditentukan.
2. *Typeface* sebagai judul yang mewakili isi desain tersebut.
3. Foto produk sebagai dukungan visual di *feed*.
4. Elemen grafis dipakai berupa vektor.

b. Penentuan Konsep Rancangan Desain

Setelah memahami ketentuan dari penyelia pembuatan perancangan desain template untuk *feed* Instagram, sebagai *content creator* peneliti memberikan *brief* serta evaluasi untuk melanjutkan perancangan, pada tahap selanjutnya adalah pembuatan sketsa digital:

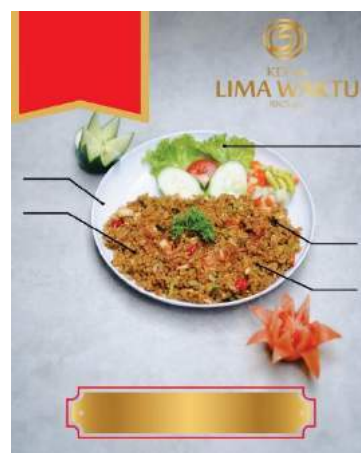


Gambar 4. 1 Rancangan Tamplate *Feed*
(Sumber : Olahan Penulis, 2022)

Perancangan sketsa digital diatas sudah disetujui oleh penyelia, sketsa digital terdiri dari logo perusahaan, series produk, foto produk, keterangan produk, dan nama makanan. Sketsa digital akan dilanjutkan ke tahap berikutnya.

c. Pengumpulan Bahan Pendukung

Pengumpulan elemen berupa vektor dan foto produk yang digunakan pada desain *feed* juga telah sesuai dengan brief dan sketsa digital awal, elemen dibuat oleh peneliti dengan *software* desain grafis. Dijadikan bahan *asset* untuk nantinya diperlukan oleh pihak perusahaan.



Gambar 4. 2 Elemen Pendukung
(Sumber : Olahan Penulis, 2022)



Gambar 4. 3 Foto Produk
(Sumber : Olahan Penulis, 2023)

d. Pengambilan Foto Produk

Sebelum ke tahap editing mengenai desain *feed*, peneliti melakukan tahap fotografi pada produk perusahaan seperti makanan dan minuman dengan foto produk yang tepat dan sesuai *brief* dan evaluasi dari ketentuan penyelia.

4.3 Proses Pembuatan Desain

4.3.1 Menggunakan Software Adobe Illustrator

Adobe Illustrator 2020 yang digunakan untuk membuat keseluruhan desain. Adobe Illustrator adalah aplikasi desain grafis yang digunakan untuk membuat hasil karya desain grafis seperti poster, desain vektor, dan konten desain lainnya. Aplikasi ini menyediakan beragam pengaturan *size* kanvas sesuai kebutuhan penggunaannya.



Gambar 4. 4 Logo Adobe Illustrator 2020
(Sumber : <https://vivim.net>, 2023)

4.3.2 Pembuatan Desain *Feed* di Adobe Illustrator



Gambar 4. 5 Pembuatan Tamplate *Feed* di Adobe Illustrator
(Sumber : Olahan Penulis, 2023)

Peneliti membuat elemen pendukung untuk pembuatan desain *feed* Instagram. Penyelia telah menentukan pilihan warna yang dipakai. Desain *feed* disamakan dan dibuat berdasarkan sebagai tamplate hanya membedakan nama menu dan foto produknya. Proses ini di buat memakai *software* Adobe Illustrator yang digunakan oleh desainer grafis.

4.3.3 Penyusunan Layout Desain *Feed* PT. Kedai Lima Waktu



Gambar 4. 6 Pembuatan Desain *Feed* di Adobe Illustrator
(Sumber : Olahan Penulis, 2023)

Setelah pada tahap sebelumnya, pembuatan template dengan menggunakan software yang sama. Penataan letak antara elemen-elemen desain, *typeface*, serta foto produk pada sebuah desain *feed* yang membantu penyampaian pesan konsep ke audiens. Elemen yang disusun seperti: judul, logo PT. Kedai Lima Waktu, series menu, foto produk, keterangan, dan elemen vektor.

4.3.4 Desain Final *Feed* Instagram



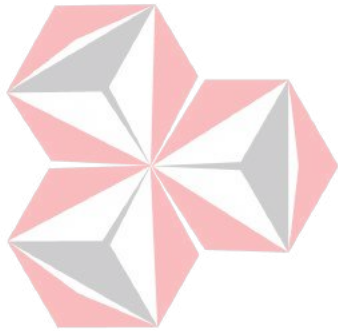
Gambar 4. 7 Desain Final *Feed*
(Sumber : Olahan Penulis, 2023)

Berikut ini adalah salah satu hasil final *feed* Instagram dari menu “Nasi Goreng” PT. Kedai Lima Waktu. Template desain yang berisi series makanan yaitu nasi goreng, logo perusahaan, keterangan isi dari menu produk nasi goreng, dan typeface yang mewakili desain yaitu new menu dan nama dari nasi goreng tersebut adalah sharina. Agar memudahkan audiens memesan langsung di kedai PT. Kedai Lima Waktu, jumlah keseluruhan adalah desain 7 *feed* menu makanan dan minuman. Dengan pengumpulan desain ke pihak penyelia serta telah dilakukannya proses revisi.

4.3.5 Hasil Karya



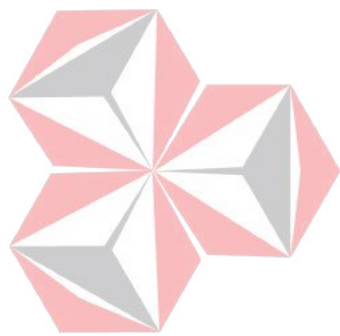
Gambar 4. 8 Hasil Karya Feed Menu Instagram PT. Kedai Lima Waktu
(Sumber : Olahan Penulis, 2023)



Gambar 4. 9 Hasil Karya Feed Menu Instagram PT. Kedai Lima Waktu
(Sumber : Olahan Penulis, 2023)

Berikut adalah hasil final *feed* menu dari produk yang dijual PT. Kedai Lima Waktu yang berisikan 7 (tujuh) menu yang berbeda-beda, yaitu nasi goreng sharina, *appetizer chicken wing barbeque sauce chicken wing chi sauce*, *appetizer chicken strip*, *snack sampler platter*, *disert blue moon float*, dan *fresh*

drink blueberry yakult. Penataan desain tamplate yang dibuat penulis sudah dipenuhi evaluasi dan diunggah di Instagram PT. Kedai Lima Waktu guna menginformasikan menu baru yang tersedia dan untuk promosi.



UNIVERSITAS
Dinamika

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan pengalaman melaksanakan Kerja Praktik dalam waktu dua bulan PT. Kedai Lima Waktu ini, maka dapat disimpulkan beberapa hal sebagai berikut:

1. Mempromosikan produk lewat media sosial Instagram dan desain *feed* untuk menarik minat masyarakat.
2. Mengetahui tata cara kerja dalam sebuah tim dengan memahami komunikasi dalam tujuan yang baik.
3. Mengetahui cara pembuatan perancangan desain dalam digital promosi sebuah brand pada media sosial.

5.2 Saran

Adapun saran yang dapat dikemukakan dari hasil kerja praktik di PT. Kedai Lima Waktu, antara lain sebagai berikut:

5.2.1 Bagi Perusahaan

1. Diharapkan kerja sama antara universitas dengan perusahaan.
2. Memerhatikan penataan desain dalam pembuatan produk makanan dan minuman di media sosial, agar citra perusahaan akan lebih menarik di masyarakat.

5.2.2 Bagi Mahasiswa

1. Menjaga nama baik universitas dengan menunjukkan *attitude* yang baik, sopan dan mematuhi peraturan di perusahaan.
2. Lebih aktif dan menepati waktu pengerjaan konten.

DAFTAR PUSTAKA

Erwin, Kamaluddin Tajibu and Andi Fauziah Astrid (2020) 'Penerapan Food Photography Di Rubruk Kuliner Makassarterkini.Id', *Jurnal Washiyah*, volume 1(no.3), pp. 719–736.

Megadini, R. and Anggapuspa, M.L. (2021) 'Perancangan Feed Instagram Sebagai Media Promosi Tape Ketan Surabaya', *Jurnal Barik*, 3(1), pp. 69–81.
Available at: <https://ejournal.unesa.ac.id/index.php/JDKV/>.

Pratiwi, W.R. (2022) 'Persepsi Anak Muda Di Surabaya Mengenai Coffee Shop Sebagai Gaya Hidup Masyarakat Perkotaan', *Commercium*, 5(2), pp. 238–248.

Siregar, H. (2022) 'Analisis Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Sarana Sosialisasi Pancasila', *Pancasila: Jurnal Keindonesiaan*, (1), pp. 71–82.
doi:10.52738/pjk.v2i1.102.

Sugawara, E. and Nikaido, H. (2014) 'Pengaruh promosi di instagram dan word of mouth terhadap keputusan berkunjung di pariwisata puncak Mas Bandar Lampung', *Antimicrobial Agents and Chemotherapy*, 58(12), pp. 7250–7257.
Available at: <https://link.springer.com/content/pdf/10.1007/s00506-018-0517-1.pdf>
<https://sundoc.bibliothek.uni-halle.de/habil-online/05/08H116/t4.pdf>.